

**PERAN KREATIVITAS DALAM BERWIRAUSAHA
MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS***

MAKALAH



**Oleh:
Fiqih Hidayah Tunggal Wiranti
NIP. 199107072019032008**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
LEMBAGA PENJAMINAN MUTU
SEPTEMBER, 2021**

**PERAN KREATIVITAS DALAM BERWIRAUSAHA
MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS***

MAKALAH

Diajukan kepada Lembaga Penjaminan Mutu IAIN Jember untuk
dipresentasikan dalam seminar diskusi periodik dosen



Oleh:
Fiqih Hidayah Tunggal Wiranti
NIP. 199107072019032008

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
LEMBAGA PENJAMINAN MUTU
SEPTEMBER, 2021**

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul	i
Daftar Isi	ii
Daftar Gambar	iii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Masalah atau Topik Bahasan.....	3
C. Tujuan Penelitian/Tujuan Makalah.....	3
BAB II. TEKS UTAMA	
A. Pengertian Wirausaha dan Kreativitas	4
B. Model Bisnis.....	5
C. <i>Business Model Canvas</i>	8
D. Elemen <i>Business Model Canvas</i>	9
E. Mendesain dengan <i>Business Model Canvas</i>	11
BAB III. PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	14
B. Saran	14
Daftar Rujukan	16

IAIN JEMBER

DAFTAR GAMBAR

Hal

Gambar 1. Bisnis Model Kanvas	11
-------------------------------------	----



PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia termasuk Negara dengan cukup banyak penduduknya, dimana dari seluruh jumlah penduduk yang ada sekitar 70% jiwa lebih berusia produktif.¹ Banyaknya penduduk Indonesia yang berusia produktif memungkinkan masyarakat untuk mampu mapan secara finansial. Secara demografis Indonesia merupakan masyarakat yang dengan potensi strategis dalam meningkatkan perekonomian. Hal tersebut bisa kita lihat dengan banyaknya peluang usaha yang diakibatkan dari jumlah penduduk. Realitanya rasio kewirausahaan di Indonesia tergolong masih rendah, menurut sekretaris Kementerian Agama dan UKM sekitar 3,47%. Dengan jumlah rasio rendah ini, perlu adanya perhatian dalam membangun minat terhadap kewirausahaan. Sebuah usaha dapat dibangun dengan adanya modal, adapun modal yang dimaksud tidak hanya terbatas pada uang saja, keahlian juga merupakan modal yang dapat dipertimbangkan. Kemampuan seseorang dalam menyusun strategi termasuk modal penting dalam menjalankan usaha. Dengan kreativitas yang dimiliki ini akan membantu seseorang dalam pengambilan keputusan disetiap elemen penting usaha. Sebagai pelaku usaha dengan pemikiran kreatif memerlukan alat untuk mendukung dalam penyampaian ide yang dimiliki sehingga akan memahami secara keseluruhan keputusan strategis yang perlu dibuat dalam mencapai tujuan usaha.

Model bisnis merupakan keputusan besar yang dibuat oleh pelaku usaha agar mendapatkan strategi yang tepat dalam mencapai target usahanya. Dunia usaha erat kaitannya dengan ide kreatif dan inovatif sebagai pendukung berjalannya sebuah usaha. Pelaku usaha dituntut untuk mampu bersaing dengan memberikan manfaat berorientasi pada pelanggan. Ketika pelaku usaha dapat memenuhi keinginan pelanggan dan memberikan rasa puas maka secara tidak

¹ Kemenkopmk.go.id, Hasil Survei Penduduk 2020 Peluang Indonesia Memaksimalkan Bonus Demografi. 4 Februari 2021

langsung kita akan menciptakan loyalitas pelanggan terhadap usaha kita.² *Business Model Canvas* merupakan alat yang akan membantu memetakan bagi masyarakat yang akan membuat perencanaan sampai menganalisis sebuah usaha. Ketika seseorang mulai memiliki minat pada sebuah usaha, tidak jarang justru merasa bingung terhadap langkah-langkah konkrit yang perlu dilakukan agar usaha tersebut mampu mencapai tujuannya. Tentunya perancangan strategi usaha ini menjadi penting, ketika kita menginginkan keberlanjutan terhadap usaha yang akan dijalankan, karena dalam menjalankan sebuah usaha pelaku usaha juga perlu mempertimbangkan dari sisi pesaing yang sejenis. Sehingga usaha yang akan dijalankan mampu bertahan dalam persaingan bahkan mampu berkembang.

Membangun sebuah usaha bukan hanya merupakan proses dimana kita mendapatkan keuntungan, akan tetapi sebagai pelaku usaha kita perlu untuk berfikir peluang terbaik untuk keberlanjutannya. Menentukan peluang-peluang terbaik ini akan mampu membantu kita melihat proyeksi usaha kita dimasa akan datang. Seseorang mampu menjalankan sebuah usaha bukan hanya karena memiliki bakat, akan tetapi juga dapat dibentuk melalui pelatihan dan pendidikan.

Business Model Canvas ini bukan hanya digunakan bagi pelaku usaha yang akan merencanakan sebuah usaha, akan tetapi juga dapat digunakan untuk meningkatkan dan evaluasi terhadap strategi yang sedang diterapkan. Bentuk bisnis model canvas ini cukup sederhana dimana ide strategis dituliskan dalam satu canvas besar dari 9 elemen dasar menjalankan usaha. Para pelaku usaha dan tim disini akan mampu membentuk keputusan strategis dengan berorientasi pada pelanggan. Dengan demikian, makalah ini akan membahas terkait bagaimana peranan kreativitas dalam memulai usaha menggunakan *Business Model Canvas*.

² Nadia Agustina, Achmad Fauzi D.A, dan Inggal P.N. , Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih, dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 64, No. 1, (2018), h.97

B. Masalah Atau Topik Bahasan

Adapun topik bahasan yang diangkat dari latar belakang yang disampaikan diatas adalah mengenai peran kreativitas dalam memulai usaha dengan *Business Model Canvas*.

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penulisan makalah dengan judul “Peran Kreativitas dalam Berwirausaha Menggunakan *Business Model Canvas* ” yaitu memperkenalkan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai alat pendukung yang dapat digunakan secara kreatif dalam memulai usaha.



TEKS UTAMA

A. Pengertian Wirausaha dan Kreativitas

Manusia memiliki kebutuhan dasar hidup yang penting untuk dipenuhi. Kebutuhan dasar tersebut diantaranya sandang, pangan, dan papan. Tentunya dalam proses pemenuhan kebutuhan ini, seseorang perlu melakukan sebuah usaha agar mendapatkan imbal balik berupa finansial sehingga mampu untuk memenuhi segala kebutuhan dasar tersebut. Setiap manusia dalam menjalankan peranan memenuhi kebutuhan hidup, memiliki banyak cara dan jalan, mereka bekerja pada sebuah instansi atau kepada pihak lain, atau memilih mengembangkan potensi di dalam diri. Menurut Kasmir kewirausahaan kegiatan usaha yang dilakukan seseorang demi mendapatkan sesuatu hal yang baru dengan inovasi dan kreativitas.³ Berwirausaha akan membuat seseorang memperoleh imbalan berupa keuntungan atau laba, kebebasan, mewujudkan keinginan, peluang mengendalikan nasibnya sendiri dan berbagai peluang lainnya.⁴ Manfaat yang didapatkan dari kegiatan berwirausaha tersebut sebenarnya akan sangat dirasakan oleh pelaku usahanya, dengan catatan dalam prosesnya mengedepankan perencanaan yang baik dan tepat. Menjalankan sebuah usaha agar mampu bersaing dengan berbagai usaha lainnya yang telah berjalan, maka diperlukan untuk membangun sebuah keunggulan yang kompetitif. Bagi pelaku usaha pemula, keunggulan yang kompetitif ini merupakan sebuah metode dimana seseorang akan mampu bersaing dengan usaha-usaha yang berdiri sebelumnya atau bahkan usaha sejenis yang telah memiliki catatan keberhasilan. Menjalankan sebuah usaha bukan hanya membicarakan terkait keuntungan yang didapatkan, tetapi juga berfokus kepada bagaimana usaha tersebut dijalankan. Di Negara kita masih banyak orang yang berfikir bahwa bekerja di sebuah instansi lebih bergengsi daripada menjadi

³ Kasmir, *Kewirausahaan, Edisi Revisi*, (Jakarta : Raja Grafindo Usaha, 2011), 21

⁴ Leonardus Saiman, *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*, (Jakarta : Salemba Empat, 2019), 27

seorang wirausaha. Memang disadari menjadi seorang wirausaha membutuhkan kemampuan dan keahlian dalam menghadapi segala perubahan yang akan terjadi.

Terdapat tujuh karakteristik yang perlu dimiliki wirausaha diantaranya :⁵

- 1) *Passion*, keadaan dimana seseorang memiliki antusiasme dan kecintaan terhadap yang dikerjakan sehingga akan merasa lebih bersemangat dari biasanya
- 2) *Independent*, seorang wirausaha diharuskan memiliki karakter mandiri dengan artian tidak *depend* terhadap orang lain dalam pengambilan keputusan
- 3) *Market Sensitivity*, seorang wirausaha memiliki kepekaan terhadap keadaan pasar, sehingga dalam hal ini dapat mengelola peluang yang muncul bahkan dapat menciptakan peluang itu sendiri
- 4) *Creative & Innovative*, seorang wirausaha perlu memiliki keingintahuan yang besar, daya imajinasi yang kuat sehingga mampu menciptakan ide yang orisinal dan mampu mewujudkannya
- 5) *Calculated risk taker*, seorang wirausaha dalam hal ini memiliki kemampuan dalam memperhitungkan segala kemungkinan yang akan terjadi pada usahanya.
- 6) *Persistent*, seorang wirausaha tidak akan mudah berputus asa terhadap hambatan yang diterimanya karena memiliki orientasi tujuan, sehingga akan tetap berupaya agar tujuan tersebut tercapai,
- 7) *High Ethical Standart*, seorang wirausaha selalu memiliki pertimbangan dari sisi etika dalam mengambil keputusan untuk mencapai tujuannya.

Kreatif memiliki arti menciptakan suatu hal yang khas dengan dengan cara menghubungkan ide-ide yang seblumnya tidak memiliki keterkaitan. Kreativitas merupakan kemampuan seseorang dalam berfikir dan mengembangkan ide baru, melihat dari sisi lain terkait peluang dan masalah yang muncul, sehingga

⁵ Sandy Wahyudi, *Entreprenurial Branding and Selling, Road Map menjadi Entrepreneur Sejati*. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012), 47-48

memunculkan solusi kreatif.⁶ Untuk mendapatkan ide kreatif, pelaku usaha perlu melihat dari beberapa sumber pemikiran diantaranya terkait pelanggan, barang dan jasa yang telah dihasilkan, saluran distribusi, pemerintah, serta kegiatan penelitian dan pengembangan.⁷

Terdapat empat cara dalam meningkatkan proses kreatif diantaranya:

1. *Focus group discussion*, merupakan cara yang dilakukan dengan membukan forum diskusi sederhana agar mendapatkan respon yang akurat terkait dengan pengembangan usaha.
2. *Brainstorming*, kelompok kecil yang dibentuk dan diberi rangsangan untuk menyampaikan ide dengan menghargai setiap individu,
3. *Mind Mapping*, merupakan pengembangan dari diskusi kelompok dengan cara mengemukakan ide tidak sistematis dan linier.
4. *Rapid prototyping*, metode yang digunakan untuk menguji dan menerapkan ide kreatif dan melakukan evaluasi secara cepat.⁸

Modal utama wirausaha adalah kreativitas, keuletan, semangat pantang menyerah.⁹ Menurut Zimmer terdapat beberapa proses yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kreativitas diantaranya:

- 1) *Preparation*, langkah persiapan ini dimana seseorang akan terbantu dalam memunculkan kreativitas melalui dunia pendidikan formal, pelatihan-pelatihan, dan pengalaman dalam bekerja,
- 2) *Investigation*, langkah ini mengharuskan untuk melakukan identifikasi terhadap masalah utama yang ada,
- 3) *Transformation*, langkah ketiga ini mengharuskan seseorang melakukan klasifikasi terhadap data yang didapatkan berdasarkan persamaan dan perbedaan,
- 4) *Incubation*, merupakan langkah dimana membutuhkan waktu untuk melihat “kembali” segala informasi yang didapatkan untuk

⁶ Franky Slamet, Hetty Karunia Tunjungsari, Mei Le, *Dasar-Dasar Kewirausahaan : Teori dan Praktik*, (Jakarta : Indeks, 2018),17

⁷ Ibid, 18

⁸ Ibid, 23-24

⁹ Buhari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 68

menciptakan kreativitas. Melihat kembali yang dimaksud dengan mencoba keluar dari segala hal yang menjadi permasalahan kemudian, mencoba mencari perspektif lain di luar pekerjaannya sehingga akan mendapatkan ide baru

- 5) *Illumination*, langkah ini terjadi ketika seseorang dalam proses inkubasi yang tiba-tiba mendapatkan ide baru, bahkan ketika seseorang sudah lupa terhadap permasalahan yang ada,
- 6) *Verification*, pada masa verifikasi ini dilakukan semacam test untuk mendapatkan validasi dari ide yang didapatkan,
- 7) *Implementation*, ketika ide yang didapatkan telah dinyatakan siap maka disini tinggal menlaksanakannya atau merealisasikannya.¹⁰

B. Pengertian Model Bisnis

Model bisnis merupakan alat yang digunakan untuk mengubah ide yang dimiliki agar terlaksana. Model bisnis lebih sederhana dalam penyampaianya dibandingkan dengan business plan.¹¹ Model bisnis dapat diartikan sebagai cara untuk mendapatkan nilai atau keuntungan, model bisnis dilihat dari masing-masing elemen penting baik dari produk, manfaat, asset, pelanggan dan sebagainya, dan model bisnis sebagai strategi untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan juga membantu untuk mengendarikan risiko.¹² Sehingga dapat diartikan bahwa model bisnis digunakan sebagai alat bantu untuk membuat sebuah runtutan rencana strategis dengan mempertimbangkan dari berbagai aspek yang ada sehingga akan mencapai tujuan dalam bisnis. Untuk menentukan keunggulan sebuah usaha yang kompetitif di masa yang akan datang ditentukan dengan membuat model bisnis inovatif.¹³ Dengan keberagaman jenis usaha yang

¹⁰ Ibid, 76

¹¹ Ita A., Ety S., Andy N., Penerapan Business Model Canvas (BMC) untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang, *Ju_Ke*, Vol 2, No 1,(2018), h. 67

¹² Tim PPM Manajemen, Business Model Canvas : Penerapan di Indonesia , (Jakarta : PPM, 2012)

¹³ Olivder Gassmann, Karolin Frankenberger, Mcahela Csik, alih bahasa: Suryo Waskito, , *Business Model Navigator*, (Jakarta : Elex Media Computindo, 2016), h. 8

ada, maka model bisnis yang akan diterapkan pun akan berbeda dari beberapa komponen yang dimilikinya.

C. Business Model Canvas

Menjalankan usaha seperti sedang merancang sebuah tujuan perjalanan, untuk mencapai tujuan tersebut kita memerlukan strategi agar dapat sampai dengan efektif dan efisien. *Business Model Canvas* atau biasa dikenal BMC bukan merupakan sesuatu hal yang baru di dunia usaha. *Business Model Canvas* ini digunakan untuk mendapatkan perencanaan bisnis strategis. Calon pelaku usaha seringkali terbentur terhadap rasa takut akan risiko yang akan timbul dalam prosesnya bahkan tidak memahami tindakan yang perlu dilakukan, sehingga tidak sedikit diantaranya justru tidak terealisasi usaha yang diharapkan. *Business Canvas Model* ini akan membantu calon pelaku bisnis untuk menentukan keputusan strategis yang perlu dilaksanakan sebagai gambaran singkat terhadap kerangka kerja usaha yang akan dipilih. *Business Model Canvas* ini merupakan strategi manajemen dengan merumuskan model bisnis yang dikenalkan oleh Alexander Osterwalder. Strategi manajemen ini diminati kalangan bisnis karena dengan tampilan yang sederhana dan mudah dipahami sehingga mempercepat sebuah usaha dalam menganalisis kekurangan maupun kelebihan dari strategi bisnis yang dibuat. Kanvas yang dijadikan media utama akan menjabarkan hasil dari pemikiran yang muncul sehingga memberikan ruang untuk proses berdiskusi bagi tim penyusun strategi dalam usaha berorientasi pada pelanggan.¹⁴ Terdapat teknik khusus yang bidang digunakan oleh pengusaha dalam memunculkan ide dengan berorientasi pada pelanggan dengan mendengar pendapat mereka, bisa menggunakan metode *focus group*, *brainstorming*, *brainwriting*, dan *Problem Inventory Analysis*.¹⁵

Business Model Canvas memberikan beberapa manfaat dalam penggunaannya, antara lain:

¹⁴ Mardiana dkk, *Kewirausahaan*, (Yayasan Kita menulis, 2021,) h.71

¹⁵ Hisrich, Robert D, Peters, Michael P, Shepherd, Dean A., *Entrepreneurship, tenth edition*, (New York : McGraw-Hill education, 2017), h.91-92

1. Digunakan untuk membuat strategi perencanaan usaha
2. Digunakan untuk membuat strategi pengembangan usaha
3. Membantu untuk memperjelas orientasi masa depan usaha
4. Memperjelas konsep bisnis
5. Menyederhanakan konsep usaha yang dilaksanakan
6. Membantu dalam melihat konsep bisnis secara tepat.¹⁶

Business Model Canvas ini akan mampu memberikan manfaat yang maksimal apabila di buat dalam ukuran yang besar sehingga seluruh tim penyusun strategi dapat melihat dari keseluruhan elemen yang termuat. Setiap anggota tim akan menyampaikan ide kreatif yang dimilikinya pada masing-masing elemen dengan pertimbangan yang matang. Ketika seseorang memiliki sebuah ide kemudian dia tidak menuliskannya ada kemungkinan dia lupa terhadap ide yang muncul tersebut. Sehingga dengan membuat canvas dalam ukuran besar menjadi solusi agar setiap ide yang dimiliki akan segera tersampaikan untuk kemudian dianalisis dengan elemen lain yang berketerkaitan.

D. Elemen *Business Model Canvas*

Business Model Canvas memiliki 9 elemen yang menggambarkan bisnis strategis, elemen tersebut diantaranya :

1. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

Segmen pelanggan ini memberikan gambaran terkait sekelompok orang maupun organisasi dengan latar belakang berbeda untuk mendapatkan dijangkau oleh perusahaan. Karena tidak semua orang yang akan menjadi customer, tentunya kita perlu untuk menganalisis target potensial

2. *Value Propositions* (Proposisi Nilai)

Proposisi nilai ini menjelaskan gambaran nilai yang kita ciptakan dalam bentuk produk dan layanan untuk pelanggan. Kelebihan apa yang akan

¹⁶ <https://www.jurnal.id/id/blog/5-alasan-kenapa-business-model-canvas-penting-untuk-perencanaan-bisnis/> (diakses 6 September 2021)

kita tawarkan terhadap target market kita, melihat apa yang mereka butuhkan.

3. *Channels* (Saluran)

Saluran merupakan elemen penting yang menjelaskan bagaimana cara perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggannya dan menyampaikan proposisi nilai yang dibutuhkan. Hal ini terkait bagaimana kita mampu untuk menjalin keberlanjutan dengan pelanggan.

4. *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan)

Hubungan pelanggan akan memberikan dampak besar untuk keberlanjutan selain pemilihan saluran. Elemen ini menggambarkan jenis hubungan seperti apa yang berusaha dibangun oleh perusahaan dengan terperinci pada segmen pelanggan.

5. *Revenue Streams* (Arus Pendapatan)

Arus pendapatan ini memvisualisasikan mengenai pendapatan yang diterima dari pelanggan terhadap nilai yang diberikan.

6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

Sumber daya utama menjelaskan sumber daya penting yang dimiliki dan dibutuhkan untuk menjalankan keseluruhan elemen terkait, sehingga model bisnis yang dibuat akan berjalan dan mencapai target.

7. *Key Activities* (Aktivitas Kunci)

Aktivitas kunci menjabarkan kegiatan-kegiatan penting untuk dilaksanakan agar model bisnis yang telah dibuat terealisasi.

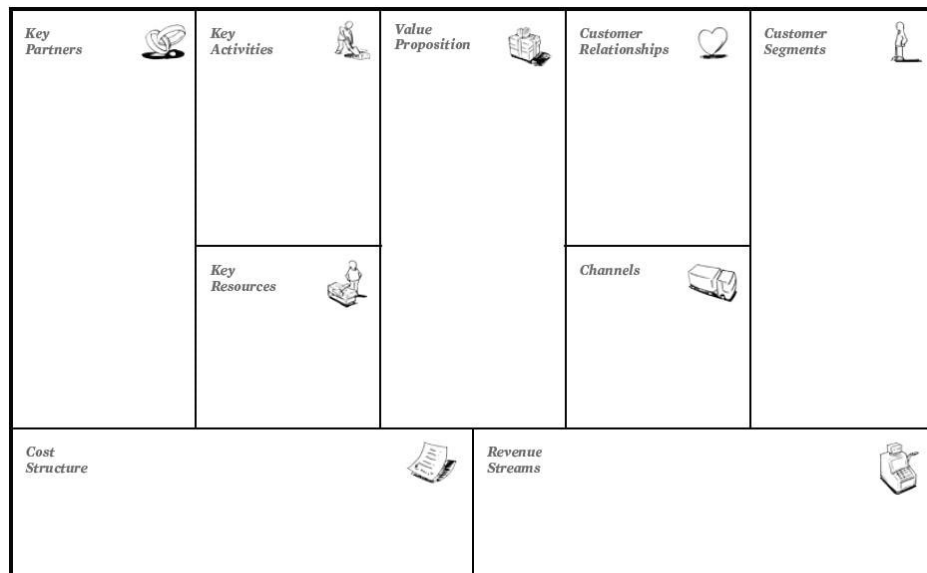
8. *Key Partnership* (Kemitraan Utama)

Kemitraan utama berisikan seluruh mitra penting yang akan membuat model bisnis dapat bekerja dan saling memberikan keuntungan tentunya dengan pertimbangan.

9. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Struktur biaya menjelaskan terkait biaya yang harus dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis.¹⁷

Berikut gambaran canvas yang digunakan untuk membuat model bisnis:



Gambar 1. Bisnis Model Kanvas

Setiap elemen bisnis yang memiliki keterkaitan dengan elemen lainnya, sehingga dalam penyusunan strategi mempertimbangkan keberlanjutan dari strategi yang dilakukan pada elemen lainnya. Keterikatan ini yang akan membantu pelaku usaha dalam mempertimbangkan kegiatan yang perlu dijalankannya. *Business Model Canvas* ini akan menentukan langkah yang anda lakukan dalam sebuah bisnis untuk mendapat keuntungan. Dengan model bisnis sederhana ini akan memudahkan bagi kita yang baru memulai sebuah usaha.

E. Mendesain dengan *Business Model Canvas*

Membuat desain Bisnis Model Canvas bukanlah sebuah kegiatan hanya memperkirakan tanpa sebuah pertimbangan pada masing-masing elemen. Desain yang telah disusun tidak untuk dipergunakan selamanya, hal ini dikerenakan selalu adanya perubahan dan setiap usaha dituntut untuk mampu berinovasi agar

¹⁷ Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, *Business Model Generation*, (Jakarta: Elex Media Komputindo. 2012), 20-40

mampu bersaing. Penyusunan pada masing-masing balok tentunya membutuhkan teknik agar desain yang telah terbentuk menjadi acuan dalam menjalankan sebuah usaha. Adapun teknik dalam mendesain model bisnis yang perlu kita ketahui diantaranya:

1. Membangun model bisnis berdasarkan wawasan pelanggan
2. Pembentukan ide model bisnis baru
3. Berpikir visual
4. Prototyping
5. Bercerita
6. Desain model bisnis dengan panduan skenario¹⁸

Setelah memahami teknik dalam mendesain model bisnis, kita akan memulai untuk mengisi kanvas. Mendesain sebuah bisnis pada kanvas kita memulai dari mengisi blok *customer segment* dimana kita melihat terlebih dahulu segment pasar kita. Pelanggan menjadi salah satu tolak ukur dalam penentuan *value proposition*, ketika nilai ini telah terbentuk akan mampu untuk mengembangkan *customer segment* yang di target. Dalam *value proposition* berisikan mengenai solusi yang kepada segment pasar kita dengan menjelaskan kelebihan yang ditawarkan dari produk maupun jasa. Dari banyaknya *value proposition*, kita perlu mengurutkan kembali dari yang paling dibutuhkan oleh konsumen sehingga akan mencapai kepuasan dari targer pasar kita. Blok yang selanjutnya diisi adalah *channel* yang berisikan mengenai bagaimana cara kita agar pasar yang kita target atau konsumen dapat menggunakann *value proposition* yang kita tawarkan. Proses bagaimana sebuah usaha menyentuh pelanggannya, baik dalam mempromosikannya, distribusinya bahkan interaksinya. Setelah *channel* terbentuk maka selanjutnya adalah blok *customer relationship* yang berisikan mengenai bagaimana pelaku usaha dalam hal ini menjaga hubungan dengan pelanggannya. Keuntungan ketika kita menjaga hubungan dengan pelanggan, kita akan mampu secara cepat dan tepat memberikan perhatian terhadap respon pelanggan. Dilain sisi kita juga secara tidak langsung melakukan evaluasi terhadap kepuasan pelanggan.

¹⁸ Ibid, 127-191

Setelah membahas pelanggan, dari segi internal tidak kalah pentingnya untuk dibuat strategi. Blok selanjutnya yang diisi adalah *revenue streams* yang menggambarkan dari mana saja pendapatan yang diterima. Pendapatan ini tentunya memiliki kaitan dengan manfaat yang didapatkan *customer segment*. *Key resources* merupakan blok selanjutnya yang perlu difikirkan, berisi mengenai segala sumber daya yang dimiliki oleh sebuah usaha dalam kegiatan operasionalnya sehingga akan mampu membentuk *value proposition* untuk pelanggan. Sebuah usaha perlu merancang kegiatan yang akan dilakukan dengan *key resources* yang dimiliki. Aktivitas utama yang perlu dilaksanakan oleh sebuah usaha untuk menggerakkan sumber daya yang dimiliki sehingga mencapai tujuan dalam memberikan *value proposition* kepada pelanggan. Aktivitas yang dirancang akan menentukan bagaimana sebuah usaha akan mencapai targetnya. Tentunya sebuah usaha membutuhkan relasi demi menunjang strategi yang telah dibuat, blok selanjutnya adalah *key partnership* yang berisikan dengan siapa saja sebuah usaha bekerja sama sehingga memudahkan sebuah usaha akan beroperasi dengan efektif dan efisien. Pemilik usaha tentu berfikir bagaimana agar usaha yang dijalankan mampu beroperasi dengan *cost structure* yang efisien. Secara sederhana sebuah usaha mendapatkan laba dengan mampu menghasilkan pendapatan yang lebih dari pada biaya yang harus dikeluarkan.¹⁹

¹⁹ Sanawiri, Brillyanes & Iqbal M, Kewirausahaan, (Malang: Ub Press, 2018), 87-89

PENUTUP

A. Kesimpulan

Menjalankan sebuah usaha membutuhkan kreativitas, agar kita mampu bersaing secara kompetitif dengan usaha lainnya. Sebelum menjalankan sebuah usaha, kita perlu mempersiapkan bagaimana usaha yang kita pilih akan menjalankan fungsinya baik secara operasional maupun fungsional. Hal ini menjadi penting mengingat bahwa selalu terjadi perubahan yang akan memberikan dampak bagi usaha yang dijalani. Model bisnis menjadi satu strategi bagaimana sebuah usaha dalam hal ini mampu menjangkau pelanggan dan mendapatkan nilai. Strategi bisnis dalam hal ini dibutuhkan, salah strategi yang cukup sederhana namun mampu merangkum dari strategi penting sebuah usaha dapat dilakukan dengan menggunakan alat bantu (*tools*) yaitu Business Model Canvas. Terdapat 9 elemen penting bisnis yang terangkum diantaranya dari sisi eksternal segmen pelanggan, proposisi nilai yang kita berikan dan didapatkan pelanggan, saluran yang digunakan, bagaimana menjaga hubungan pelanggan, arus pendapatan, dari sisi internal dilihat pada elemen sumber daya utama, aktivitas kunci, kemitraan utama, dan struktur biaya yang dikeluarkan.

Business Model Canvas (BMC) dengan kesembilan elemen penting tersebut juga dapat digunakan sebagai alat bantu dalam menjalankan evaluasi terhadap model bisnis yang telah berjalan.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan, makalah ini membahas terkait penggunaan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai langkah memulai sebuah usaha. Dimana seseorang memerlukan kreativitas dalam menyusun *Business Model Canvas* tersebut. Alat ini akan menjadi berbeda dan lebih terperinci penggunaannya dengan berjalannya

proses usaha. Sehingga tidak untuk digunakan sebagai acuan selamanya mengingat selalu terjadi perubahan. Dengan adanya alat bantu ini akan memudahkan seseorang yang memulai sebuah usaha untuk melakukan pemetaan secara sederhana dan jelas.



DAFTAR RUJUKAN

- Agustina Nadia, Achmad Fauzi D.A, dan Inggal P.N. 2018. Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih, dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 64, No. 1
- Alma, Buhari. 2013. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Athia, Ita, Ety S., 2018. dan Andy N. Penerapan Business Model Canvas (BMC) untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang. *Jurnal Ketahanan Pangan*. Vol 2, No 1,66-75
- Gassmann , Olivder, Karolin Frankenberger, Mcahela Csik. 2016. *Business Model Navigator terj. Suryo Waskito*. Jakarta : Elex Media Computindo.
- Hisrich, Robert D, Peters, Michael P, Shepherd, Dean A. 2017. Entrepreneurship, tenth edition. New York : Mcgraw-Hill education.
- <https://www.jurnal.id/id/blog/5-alasan-kenapa-business-model-canvas-penting-untuk-perencanaan-bisnis/> (diakses 6 September 2021)
- Kasmir. 2011. *Kewirausahaan* : Edisi Revisi. Jakarta : Raja Grafindo Usaha.
- Kemenkopmk.go.id. Hasil Survei Penduduk 2020 Peluang Indonesia Memaksimalkan Bonus Demografi. 4 Februari 2021
- Mardia dkk, 2021. *Kewirausahaan*. Yayasan Kita menulis.
- Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur. 2012. *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Saiman, Leonardus. 2019. *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sanawiri, Brillyanes & Iqbal M. 2018. *Kewirausahaan*. Malang: Ub Press.
- Slamet Franky, Hetty Karunia Tunjungsari, Mei Le. 2018. *Dasar-Dasar Kewirausahaan : Teori dan Praktik*. Jakarta : Indeks.
- Tim PPM Manajemen. 2012. *Business Model Canvas : Penerapan di Indonesia*. Jakarta : PPM.
- Wahyudi, Sandy. 2012. *Entrepreneurial Branding and Selling, Road Map menjadi Entrepreneur Sejati*. Yogyakarta : Graha Ilmu